



Delårsrapport april 2026
Turistrådet Västsverige AB

Innehållsförteckning

1 Sammanfattning	4
1.1 Viktigaste händelserna under perioden	4
1.2 Inspel till processen för budget 2027–2029	5
2 Verksamhet	5
2.1 Mål från regionfullmäktiges budget	5
2.1.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska stärka sin beredskap och motståndskraft för att bättre kunna hantera samhällsstörningar, kriser och ett förändrat säkerhetsläge.....	5
2.1.2 Mål: Stärka innovationskraften – för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant.....	5
2.1.2.1 Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse.....	6
2.2 Regiongemensamt	6
2.2.1 Intern kontroll	6
3 Medarbetare	6
3.1 Mål från regionfullmäktiges budget	6
3.1.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska vara en attraktiv arbetsgivare med konkurrenskraftiga löner och ett hälsofrämjande ledarskap som grund	6
3.1.1.1 Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner	6
3.1.1.2 Fokusområde: Insatser för att utveckla hälsofrämjande ledarskap och nå fastställda normtal för antal medarbetare per chef.	7
3.1.1.3 Fokusområde: Minska övertidsarbetet	7
3.1.2 Mål: Medarbetarnas arbetsmiljö ska förbättras	7
3.1.2.1 Fokusområde: Medarbetarnas inflytande över arbetsmiljö och arbetssituation ska stärkas och möjligheterna till kontinuerlig återhämtning ska öka.....	7
3.2 Personalvolym och personalstruktur	7
4 Hållbarhet.....	7
4.1 Mål från regionfullmäktiges budget	7
4.1.1 Mål: Ökad måluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål	7
4.1.1.1 Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan enligt miljömål 2030	8
4.1.1.2 Fokusområde: Öka Västra Götalandsregionens positiva påverkan på god hälsa, jämlikhet och delaktighet enligt Mål för social hållbarhet 2030	9
5 Ekonomi 9	
5.1 Resultat 10	
5.1.1 Verksamhetens intäkter.....	10
5.1.2 Verksamhetens kostnader.....	10

5.2 Prognos	11
5.3 Investeringar	11
5.4 Mål från regionfullmäktiges budget	11
5.4.1 Mål: God finansiell flexibilitet och styrning	11
5.4.1.1 Fokusområde: God budgetföljsamhet	11
6 Fördjupning till egen nämnd/styrelse	11

1 Sammanfattning

Första tertialet visar på en ekonomi i balans och en verksamhet som går enligt plan.

1.1 Viktigaste händelserna under perioden

Under våren har Turistrådet genomfört ett VD-byte. Fredrik Lindén gick i pension den 31 mars. Rekryteringen av ny VD genomfördes i samarbete med Västra Götalandsregionens Chefsrekryteringscenter och mynnade ut i att Marie Linde, tidigare vice VD, tillträdde tjänsten som VD den 1 april.

Turistrådets affärsplan sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet. För tillfället är 46 kommuner och ca 800 verksamheter anslutna till Hållbarhetsklivet.

Gästnattsstatistiken för hotell, stugbyar och vandrarhem i Västra Götalandsregionen visar på besöksrekord för inledningen av 2026. Ackumulerat för januari-februari ligger antalet gästnätter på cirka 952.000 vilket är 7,3 % fler än under samma månader 2025. Detta kan jämföras med riksgenomsnittet på 2,6 %. Ökningen beror framför allt på fler utländska gästnätter (+21 %), bland annat från Norge (+46,6 %) och Nederländerna (+41,9 %).

Turistrådet arbetar inom ett antal fokusområden som innebär starka reseanledningar till Västsverige. Bland fokusområdena kan t.ex. vandring, cykling och kultur nämnas. Inom dessa områden utvecklas och marknadsförs attraktiva erbjudanden till besökare genom ett nära samarbete mellan Turistrådet och besöksnäringens företag i Västsverige.

Turistrådet har under januari-april genomfört flertalet marknadsföringskampanjer, kopplade till fokusområdena, för att locka besökare till Västsverige. Kampanjer har genomförts i huvudsak mot den svenska marknaden, men även mot Norge, Danmark, Tyskland, Frankrike, Storbritannien och Holland. Kampanjerna har gett goda resultat i form av bokningar hos medverkande företag.

Individuell rådgivning har erbjudits företag genom Turistrådets verktyg ”Steg för steg” som innebär att en hemlig gäst kommer på besök för att sedan ge värdefull feedback på förbättringsåtgärder inom kvalitet och hållbarhet, samt ”Digital närvaro” som innebär en översyn av företagets digitala marknadsföringskanaler.

Att erbjuda utbildningar för branschen är en annan viktig del av Turistrådets verksamhet. Vårens ämnen har omfattat bland annat värdskap, marknadsföring i utlandet samt lönsamhet. Utbildningar har också genomförts i samarbete med Almi Väst.

Intresset från både svensk och internationell media är fortsatt stort under 2026. Flera stora dagstidningar och magasin kommer på besök under året. Vid sidan av pressbesöken planeras också några samarbeten med influencers från både Sverige och utlandet.

Även researrangörer visar stort intresse för Västsverige och flera nya samarbeten har initierats på prioriterade utlandsmarknader.

Turistrådet är engagerat i ett antal evenemang under året. Dels större evenemang

med TV-sändning i flera länder som är ett effektivt sätt att marknadsföra regionen, dels mindre evenemang som är viktiga för att generera turism till de platser där de genomförs. Hittills i år har Turistrådet bl.a. varit engagerat i Gothenburg Horse Show, EM i Ostronöppning, Göteborg Film Festival och Linnémarschen i Borås.

1.2 Inspel till processen för budget 2027–2029

2 Verksamhet

2.1 Mål från regionfullmäktiges budget

2.1.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska stärka sin beredskap och motståndskraft för att bättre kunna hantera samhällsstörningar, kriser och ett förändrat säkerhetsläge

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

För att analysera företagets risker används riskanalysmodell för intern kontroll för nämnder och styrelser i Västra Götalandsregionen. Ledningen tillsammans med styrelsen har identifierat risker och analyserat dess potentiella konsekvenser samt sannolikheten att de inträffar. Turistrådet har inga risker som bedöms som allvarliga och/eller sannolika enligt riskanalysmodellens värderingssystem.

2.1.2 Mål: Stärka innovationskraften – för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

Turistrådet tillhandahåller ett brett spektrum av stöd och hjälp till verksamheter inom besöksnäringen för att stärka näringslivets konkurrenskraft.

Turistrådet arbetar inom ett antal fokusområden som innebär starka reseanledningar till Västsverige. Bland fokusområdena kan t.ex. vandring, mat och kultur nämnas. Inom dessa områden utvecklas och marknadsförs attraktiva erbjudanden till besökare genom ett nära samarbete mellan Turistrådet och besöksnäringens företag i Västsverige.

Sverige-Norden-Världen är ett system som tydliggör vilka insatser som erbjuds till vilka företag. Systemet säkerställer att verksamheter inom besöksnäringen har möjlighet att ingå i marknadsföringsaktiviteter och andra sammanhang baserat på den mognadsgrad som verksamheten har uppnått.

Bland de stöd som Turistrådet erbjuder företagen för att underlätta deras

hållbarhetsarbete och öka deras konkurrenskraft kan nämnas utbildningar, kampanjer, journalistbesök och hållbarhetsrådgivning.

2.1.2.1 Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Inom Besöksnäringens insatser bedrivs riktade satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet. Inom Marknadsföring ansvarar man för support och expertis avseende marknadsföring kopplat till de olika besöksnäringens insatserna.

De riktade satsningarna ska på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser. Satsningarna drivs tillsammans med utvalda verksamheter för att skapa attraktiva reseanledningar och nå ut med gemensamma budskap. Turistrådet stödjer också utvalda evenemang.

2.2 Regiongemensamt

2.2.1 Intern kontroll

Turistrådet kommer under maj månad att genomföra planerade kontroller av risker i enlighet med fastställd plan för intern kontroll. Inga väsentliga avvikelser identifierades under kontrollerna förra året. Styrelsen genomförde i mars en workshop avseende riskanalys som förberedelse inför beslut om intern kontrollplan under hösten 2026.

3 Medarbetare

3.1 Mål från regionfullmäktiges budget

3.1.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska vara en attraktiv arbetsgivare med konkurrenskraftiga löner och ett hälsofrämjande ledarskap som grund

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

Turistrådet arbetar aktivt för att vara en attraktiv arbetsgivare med ett hälsofrämjande ledarskap. Insatser för att motverka stress och överbelastning står högt upp på agendan. Turistrådet erbjuder ett generöst friskvårdsbidrag, flexibla arbetstider och flera gemensamma personalaktiviteter. Medarbetarsamtal och personalmöten genomförs kontinuerligt.

Målet är att vara en attraktiv arbetsgivare som har lätt för att attrahera och behålla personal.

3.1.1.1 Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner

- Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådet har konkurrenskraftiga löner och är framgångsrika avseende att attrahera och behålla personal.

3.1.1.2 Fokusområde: Insatser för att utveckla hälsofrämjande ledarskap och nå fastställda normtal för antal medarbetare per chef.

Turistrådet uppfyller normtalet för antalet medarbetare per chef.

3.1.1.3 Fokusområde: Minska övertidsarbetet

- Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådet har inget övertidsarbete.

3.1.2 Mål: Medarbetarnas arbetsmiljö ska förbättras

- Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

3.1.2.1 Fokusområde: Medarbetarnas inflytande över arbetsmiljö och arbetssituation ska stärkas och möjligheterna till kontinuerlig återhämtning ska öka

- Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådets medarbetare har stor frihet i att själva påverka sin planering och utformningen av sitt arbete. Arbetsuppgifterna är stimulerande och upplevs som meningsfulla. Vid signaler på stress och överbelastning vidtas genast åtgärder för att minska arbetsbelastningen. Målet är att ha en personalgrupp som trivs och utvecklas i sitt arbete.

3.2 Personalvolym och personalstruktur

Turistrådet hade 31 anställda per 30/4. Antalet årsarbetare har hittills varit 28 under 2026. Detta är ungefär samma antal medarbetare som bolaget haft under de senaste åren.

4 Hållbarhet

Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål, Mål för social hållbarhet 2030 och Miljömål 2030, antogs av regionfullmäktige 2021. Hållbarhetsmålen omfattar alla Västra Götalandsregionens nämnder och styrelser, förvaltningar och bolag. Nedan beskrivs arbetet med mål från regionfullmäktiges budget med bäring mot

dessa.

4.1 Mål från regionfullmäktiges budget

4.1.1 Mål: Ökad måluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

4.1.1.1 Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan enligt miljömål 2030

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Besöksnäring medför alltid en påverkan på miljön. Transporter till och från destinationen samt aktiviteter och konsumtion på plats leder till koldioxidutsläpp. Dessutom kan besöken innebära en påverkan på naturen på resmålet.

Men hur omfattande besöksnäringens miljöpåverkan blir avgörs av de val besökaren gör i form av transportmedel, reslängd, vistelsetid, konsumtion och agerande på plats. Detta kan vi som destination påverka genom att utveckla och marknadsföra sådant som bidrar till så lite onödigt miljöpåverkan som möjligt.

Genom att vara rädda om vår natur säkerställer vi att vi även i framtiden kan erbjuda en attraktiv destination.

Hållbarhetsklivets strategi för att bidra till att besöksnäringen genererar så lite onödigt miljöpåverkan som möjligt är att prioritera:

- hemmamarknaden och närmarknader

Ju kortare resväg desto mindre koldioxidutsläpp. Turistrådets arbetar för att uppmuntra västsvenskar till hemester och att attrahera besökare från övriga Sverige och utvalda marknader i Europa.

- hållbara transporter

Transporten till och från destinationen är den faktor som har störst betydelse för besöksnäringens miljöpåverkan. Turistrådet gör det lättare för besökaren att göra medvetna val genom att tydliggöra olika transportalternativs koldioxidpåverkan och underlättar också för besökaren att kunna välja tåg, bil eller buss som alternativ till flyg. För resor inom destinationen tydliggörs möjligheten att välja kollektivtrafik.

- att få besökare att stanna längre

Stora miljöbesparingar nås genom att få gästerna att stanna längre istället för att fylla boendeanläggningar med nya gäster varje dag. Det ger färre transporter per gästnatt och kräver mindre städning och tvättning. Turistrådet tydliggör därför ett utbud som får besökaren nyfiken på att stanna länge och prioriterar målgrupper som stannar flera dygn.

- hållbara aktörer

Hur den enskilda verksamheten arbetar med miljöförbättrande åtgärder har stor

betydelse. Turistrådet genomför därför aktiva insatser för att hjälpa verksamheter att förbättra sitt miljöarbete.

- hållbara aktiviteter

Vad besökaren ägnar sig åt på destinationen påverkar miljön. Olika aktiviteter har olika grad av miljöpåverkan. Genom utveckling och marknadsföring av attraktiva aktiviteter med så lite onödig miljöpåverkan som möjligt kan fler välja hållbara alternativ.

- att göra det lätt för våra besökare att göra rätt

Samma aktivitet kan vara mer eller mindre hållbar beroende på hur den utövas. Miljön påverkas av hur man som besökare agerar under sin vistelse. Turistrådet verkar för att det ska finnas praktiska förutsättningar för besökaren att agera hållbart.

4.1.1.2 Fokusområde: Öka Västra Götalandsregionens positiva påverkan på god hälsa, jämlikhet och delaktighet enligt Mål för social hållbarhet 2030

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Social hållbarhet är en integrerad del i Turistrådets strategi Hållbarhetsklivet. En av de fyra grundläggande principerna i strategin lyder "Bra för både boende och besökare".

Attraktiva platser att bo på är ofta också attraktiva platser att besöka. Tillresta besökare är nästan alltid en förutsättning för att en plats skall kunna erbjuda ett utbud av restauranger, affärer och annan service. Dock måste det finnas en balans mellan boende och besökare så att antalet besökare inte överskrider platsens kapacitet. Besökaren måste vara välkommen och mötas av ett attraktivt utbud.

Turistrådets strategi för att bidra till en besöksnäring som är bra för både boende och besökare är;

- att öka förståelsen för sambandet mellan turism och en attraktiv plats
- insatser som leder till att så stor del som möjligt av de intäkter som genereras stannar lokalt
- prioritering av målgrupper som bidrar positivt till platsen

Exempel på konkreta insatser som Turistrådet genomför för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare är:

- Turistrådet arbetar aktivt för en god infrastruktur i form av cykel- och vandringsleder. Genom ett attraktivt och tillgängligt utbud av naturturismaktiviteter ökar regioninvånarnas möjligheter till rekreation i naturen. Forskning visar att detta påverkar det allmänna välbefinnandet positivt.
- Genom att tillgängliggöra och marknadsföra den lokala kulturen mot besökare bidrar Turistrådet till att även lokalbefolkningen i ökad utsträckning kan ta del av utbudet. Även detta bidrar positivt till folkhälsan.
- Turistrådets arbete inom matturism inriktas på lokala, ekologiska råvaror.

Under namnet Smaka på Västsverige arbetar Turistrådet för att utveckla matturism i nära samarbete med restauranger, gårdsbutiker och livsmedelsproducenter. Närproducerade, ekologiska produkter, lokala mattraditioner och en levande landsbygd är kännetecknande för samarbetet. Genom Turistrådets matturismarbete uppmärksammas de lokala produkterna och görs mera lättillgängliga för regioninvånarna.

- För att tillgängliggöra besöksnäringen för människor med funktionsvariation använder Turistrådet Tillgänglighetsdatabasen (TD). Samtliga verksamheter på Världennivå är tillgänglighetsinventerade.

5 Ekonomi

Turistrådets verksamhet har kunnat löpa på enligt plan. Under våren genomförs flera stora kampanjer och kostnaderna är högre än under resterande delar av året. Ett minusresultat under årets första månader är därför inget onormalt utan Turistrådet har en ekonomi och verksamhet i balans.

5.1 Resultat

Turistrådet visar ett negativt resultat på cirka 800 Tkr per 30/4 vilket beror på att stora marknadsföringskampanjer genomförs tidigt på året. Alla kampanjer är dock enligt plan och prognosen för helåret är fortsatt ett nollresultat.

Rapportrad	Ack utfall 2026-04	Ack budget 2026-04	Ack utfall fg år 2025-04	Avvikelse utfall-budget	Prognos År.	Budget År 2026-12	Utfall Fg År 2025-12	Avvikelse prognos-budget
Driftbidrag	20	20	20	0	61	61	59	0
Övriga intäkter och bidrag	0	0	0	0	1	1	1	0
S:a Verksamhetens intäkter	21	21	20	0	62	62	59	0
Personalkostnad inkl inhyrda	-9	-9	-9	0	-27	-27	-26	0
Material och varor	0	0	0	0	0	0	0	0
Lokal- och energikostnader	0	0	0	0	-1	-1	-1	0
Köp av tjänster	-11	-10	-10	0	-31	-31	-30	0
Övriga kostnader	-1	-1	-1	0	-2	-2	-2	0
S:a Verksamhetens kostnader	-21	-21	-20	-1	-62	-62	-59	0
Verksamhetens nettokostnader	-1	0	0	-1	0	0	0	0

Rapportrad	Ack utfall 2026-04	Ack budget 2026-04	Ack utfall fg år 2025-04	Avvikelse utfall-budget	Prognos År.	Budget År 2026-12	Utfall Fg År 2025-12	Avvikelse prognos-budget
Verksamhetens resultat	-1	0	0	-1	0	0	0	0
Finansiella intäkter	0	0	0	0	0	0	0	0
Årets resultat	-1	0	0	-1	0	0	0	0

5.1.1 Verksamhetens intäkter

Verksamhetens intäkter ligger i nivå med budget per 30/4. Prognosen för bolagets intäkter för helåret ligger också i nivå med budget.

5.1.2 Verksamhetens kostnader

Kostnaderna ligger något över budget per 30/4 vilket beror på att stora marknadsföringskampanjer genomförs tidigt på året. Prognosen för verksamhetens kostnader för helåret ligger dock i linje med budget.

5.2 Prognos

Inga väsentliga förändringar i prognos jämfört med budget. Turistrådet beräknas göra ett resultat runt 0 Tkr för 2026.

5.3 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar och har inga planerade investeringar under 2026.

5.4 Mål från regionfullmäktiges budget

5.4.1 Mål: God finansiell flexibilitet och styrning

- Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

5.4.1.1 Fokusområde: God budgetföljsamhet

- Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådet följer löpande upp resultat mot prognos för att så tidigt som möjligt genomföra eventuella förändringar i de insatser vi planerar att genomföra under året.